

品牌管理和开发网络品牌与建设：网络品牌的建设 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E5\\_93\\_81\\_E7\\_89\\_8C\\_E7\\_AE\\_A1\\_E7\\_c40\\_62840.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E5_93_81_E7_89_8C_E7_AE_A1_E7_c40_62840.htm) 网上市场的品牌管理和

开发网络品牌与建设3.网络品牌的建设(1)借鉴传统品牌营销方式，向传统媒体投放广告是重要的手段越来越多的企业开始利用电视、杂志、报纸、户外标牌广告等传统广告形式树立品牌形象，以便那些暂时还不是网民的消费者在上网前就接受其宣传的品牌，同时也增强网民在离线状态下对品牌的认知程度。如Lycos为其搜索引擎进行品牌宣传，为了达到最佳的宣传效果，“Get Lycos or get lost”的广告语曾在四个不同电视频道的黄金时间播出，并且持续了12周。除了Lycos，其他如AOL、Amazon也在非网络媒体投入了大量的资金以塑造品牌。(2)借助专业的品牌管理策划人员创建网络品牌的基础是建设企业的网站，但它的开发与运作却不应完全由技术人员来实施。因为品牌的创建、维护、管理需要专业的商业知识。1998年，世界最大的电子邮件出版发行商Mercury mail更名为InfoBeat，为树立InfoBeat成为个人信息分发领导者的形象，专门聘请了P&G公司一位有22年产品包装经验的资深策划人员进行策划。(3)借助原有的品牌优势由消费者行为分析可以知道，虽然网上市场可以让消费者更方便、便宜购买到相同品质与数量的商品，但消费者仍愿意花更高的价格购买日常生活中熟悉的品牌商品，而这些商品品牌往往是传统业者通过经年累月的广告投入和店铺印象树立起来的。因此，为了在网络中取得竞争优势，企业在进入网络这一新的经济环境后，除需制订一些特殊的品牌策略，让用户认识到

网上市场的优越性外，还必须与既有品牌的传统业者合作，发挥原有品牌的优势，让用户通过网上市场获得与原有品牌相同的产品及服务。(4)以自己的经营特色创建品牌Amazon是电子商务的一面旗帜，其成功有多方面的因素，但其核心策略是以服务和广告迅速创出品牌，并产生品牌效应，进而占领市场。凭着这种品牌效应，Amazon扩大售书之外的营业范围，销售礼品、CD和录像带，并在CD的销售方面超过对手，成为网上最大的CD销售商。Amazon的经验提示人们：要注重培养品牌。在网站建设的初期，规模宁可小些，但要有自己的经营特色，以形成品牌和品牌效应。随着网络商业环境的形成，网络品牌将不再遥远。国内的知名企业纷纷建设站点，以进一步创建和巩固自己的品牌资产，为用户提供更好的、更方便的服务。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)